

当莫言成为让人走进书店理由

专家调查档案

再过几天,今年的诺贝尔文学奖得主莫言就要赴瑞典领奖。自莫言获得诺贝尔文学奖的消息公布后,他的书成了各大书店销售榜上的冠军,长久以来被边缘化的纯文学也因为莫言,成为了新的热点。有专家表示,哪怕人们走进书店的动机只是因为莫言,那至少不是一件坏事。

事件回放

又一位想买《蛙》的读者走进先锋书店,导购员不得不再次解释,“莫言的书全卖完了,您不妨看看余华、苏童的书,他们的书也很好。”扫兴的顾客,依然礼貌地挑走了余华的《活着》和陈忠实的《白鹿原》。

大众书局里还有一部分存货——《檀香刑》《牛》《红蝗》被摆在最显眼的位置,一上楼梯就能看到,这些书应该已经库存了不短的时间,有些书被压变形,有些纸张已经变色。但这丝毫不影响人们对于它们的兴趣,人们如同买菜一样把书籍拿在手里,来不及翻看,就到收银台付钱。(来源:现代快报)

A 名人效应可以带来积极影响

美国心理学家曾做过一个有趣的实验,在给大学心理系学生讲课时,向学生介绍说聘请到一位举世闻名的化学家。然后这位化学家说,他发现了一种新的化学物质,这种物质具有强烈的气味,但对人体无害。在这里只是想测一下大家的嗅觉。接着,这位化学家打开瓶盖,过了一会儿,他要求闻到气味的同学举手,不少同学举了手,其实这瓶子里只不过是蒸馏水,“化学家”是从外校请来的德语教师。

名人之所以成为名人,是因为他们在某一领域有其过人之处。名人之所以能够成功,也是付出了相当的努力。尤其是诺贝尔奖得主,由于其比较专业的评奖方式,自然会被大众认为是专业领域的领军人物。而领军人物出现,往往会带来相当积极的效应。莫言摘下诺贝尔文学奖,让原本已经被边缘化的纯文学再度成为大众热议的话题,也让文学工作者们看到了努力会带来的效应。

社会中的很多现象都和名人效应有关,比如请明星代言广告,选奥运冠军成为慈善大使等等。莫言摘得诺贝尔文学奖,也让很多人看到了商机——莫言的作品成了畅销书;山东高密为莫言修起了纪念馆,甚至带动了莫言家乡的旅游产业。在廖丽娟看来,这些都是名人效应带来的结果。

C 晕轮效应指人们对他人的认知判断首先主要是根据个人的好恶得出,然后再从这个判断推论出认知对象的其他品质的现象。

晕轮效应指人们对他人的认知判断首先主要是根据个人的好恶得出,然后再从这个判断推论出认知对象的其他品质的现象。如果认知对象被标明是“好”的,他就会被“好”的光圈笼罩着,并被赋予一切好的品质;如果认知对象被标明是“坏”的,他就会被“坏”的光圈笼罩着,他所有的品质都会被认为是坏的。晕轮效应是在人际相互作用过程中形成的一种夸大的社会现象,常表现在一个人对另一个人的最初印象决定了他的总体看法,而看不上对方的真实品质。晕轮效应的最大弊端



插画 孔雀

B 积极的榜样有助于态度的形成

社会心理学研究发现,人们态度的形成不同于一般的认知活动。它受到需要的驱动、情感因素等影响,而且态度一经形成,往往会相对稳定,而且会对行为起到引导和调适作用。在人们态度形成的过程中,往往具有社会学习效应,受到接触的社会群体中的榜样的示范作用。很多名人就能起到这样的榜样示范作用。

美国著名社会心理学家班杜拉研究过人们行为的习得。他比较强调观察学习在人的行为获得中的作用。认为人的多数行为是通过观察别人的行为和行为的结果而习得的,依靠观察学习可以迅速掌握大量的行为模式。获得什么样的行为以及行为的表现如何,则有赖于榜样的作用。榜样是否具有魅力、是否拥有奖赏、榜样行为的复杂程度、榜样行为的结果,和榜样与观察者的人际关系都将影响观察者的行为表现。

廖丽娟分析说:“以前的人们观察学习的内容往往局限于周围的物理环

境,而今,有了互联网,人们通过网络可以接触到各式各样的环境来进行观察学习,在如此纷繁复杂的情境中,人们的态度形成更需要积极的榜样,否则无法分辨出好坏,不知道对错,会导致很多人的认知迷失,如果有一些先驱者、优秀的人走出了一条清晰的路径来,往往可以给大众带来很强的引导作用。比如我们从小学接触到各种文学,有经典的,有看起来比较低俗的,到底谁更能影响到我们,其实都有可能,关键是我们能接触到什么,还有就是这些不同类型的文学作品中出现了怎样的榜样。”莫言获得了诺贝尔文学奖,在廖丽娟看来,莫言这个榜样帮助人们在纷繁的文学世界看到了纯文学的积极意义。

心理学的研究发现,那些能成为榜样的人身上往往具有在世界范围都有积极意义的特质,这些特质往往能促进人类社会更好发展。“从这个意义上来说,一个丰富的文化环境,需要多样化,更需要有积极作用的榜样。”

是青少年,家长、老师在引导青少年的时候,一方面要理解其对名人的崇拜和跟随,甚至有的时候可以鼓励他们沉浸在这样的激情中,但是,也需要通过适当的讨论帮助他们认识到,真正吸引他们的永远只是一部分。

此外,廖丽娟还特别提醒说,在消费的时候,要理性面对名人效应。分析自己的消费需要,体察消费时候的情感,尽量理性消费。我们会因为名人效应进行消费,因为喜欢某个名人而去消费,这常常会满足我们的积极的情感体验。但是,如果每次消费都是为了这样的情感体验,就有些过度了。毕竟为什么买,买了有什么作用,性价比如何等等因素,是在消费中需要更多考虑的。

今天陪我吵架

◎ 罗西

爱情里的吵架,是一种必需的趣味与沟通。

一日,看见街头一对情侣吵架。她:“你给我滚!”他:“好,滚远了,你别叫我回来!”她:“又没叫你直线滚,叫你来回滚!来回滚!”他傻笑着,两人和解了。男人要吵得起架,要奉陪,不爱才不吵架;关键是,男人在吵架里要懂得体贴,不可以认真,只记得认输服输,还有就是借肢体语言,和平演变她的口舌之吵,比如抱住亲昵就行了!

另外一个场合,看到很有爱的一对小两口,男的一米八左右,女的一米五几吧。两人不知怎么着在楼下吵了起来,男的站得笔直,器宇轩昂,女的仰着头跟他吵,也理直气壮。吵着吵着女的忽然把头低下了,我想,这是在认错?难得有这样的女子。就在这时,只见那个男的蹲下来,反过来说:“宝贝,脖子酸了吧,换我蹲下来我仰视你!”她笑了,捶打他,雨过天晴,好了,携手跑了……

还有一次,换个天气吧,是雨天。看见一男的平举着手,撑伞,遮住一女孩,接受那女孩的一番责骂。而他自己没有遮到,在雨里淋。算是升级版的“罚站”。爱,不是为了赢得什么,反而常常是一种折磨;甚至是一种“贱”,小草一般,不是刻意种下的,不受管理,算不出成本,这种非常贱的植物,就是爱情。最先道歉的人,不一定是其错了,而是他学会理解了。

电视里一个访谈,记者问老夫妇:“维持65年婚姻的秘诀是什么?”老婆说:“我们出生的那个年代教育我们,东西坏了要修理,而不是把它丢掉。”所以,吵架正常,要关心重视每一次争吵,因为那是修理的机会。修修补补,时间过得很慢,慢到用一生的时间只能去爱一个人。

如今,东西坏了就果断丢掉买新的,甚至有时候没坏,就动心思要换掉。根本就没有修理的意愿与意识。尿不湿,一次性的,内裤、袜子,一次性的……速食社会造就了速食爱情和速食婚姻,人类越来越没有耐心和深度了!

我们爱一个人的时候,他或

她的缺点根本微不足道。只有当爱情褪色的时候,他的缺点才像一个富翁的穷亲戚那样,时刻考验着我们的良心和耐心。人与人之间的感情就像织毛衣,建立的时候一针一线,小心而漫长,拆除的时候只要轻轻一拉。



专家支持:廖丽娟
采访:朱砂

上海市职业技能鉴定中心心理咨询师考评员

西藏那曲直銷與零售 亞西首發
冬虫夏草
南京东明七重天宾馆605室 南京金陵大酒店
中山北路联合大厦百利源办事处 扬州市金陵饭店一楼
T:021-50456127 WWW.22222.CN